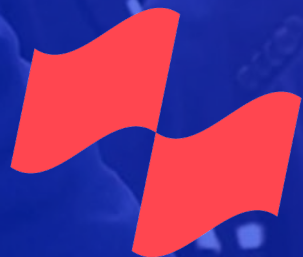


MESSUT

Merkittäviä kohtaamisia



POHJOIS-SUOMEN
MESSUT

Lähes jokainen

**suomalainen aikuinen
on käynyt messuilla***

*Messu- ja tapahtumajärjestäjien tutkimus.
Toteuttaja nSight, 2022. Vastaaajia 2 873.

**Miten sinä
hyödynnät tämän
Suomen parhaiten
saavuttavan median?**

9/10

**ammattilaisesta on käynyt
messuilla viimeisen vuoden
aikana***

*Messu- ja tapahtumajärjestäjien tutkimus.
Toteuttaja nSight, 2022. Vastaaajia 2 873.

**Olitko sinä paikalla
tapaamassa heitä?**



MIKSI MESSUILLE?

Messut ja tapahtumat yhdistävät
samasta aiheesta kiinnostuneet ihmiset

Kohtaamisia tiedonjanoisille ja uteliaille*

* Tieto, inspiraatio ja uutuudet: Tärkeä tai erittäin tärkeä syy käydä messuilla lähes 80 % vastaajista.

Messu- ja tapahtumajärjestäjien tutkimus. Toteuttaja nSight, 2022. Vastaajia 2 873.



MIKSI MESSUILLE?

Tarvitsetko tehokkaampia asiakaskontakteja ja suoraa asiakaspalautetta?

- Testaa ideoita ja kerää suoraa palautetta
- Osallista asiakkaita ja kerää liidejä
- Tuo vauhtia lanseeraukseen
- Jätä muistijälki, joka tukee myyntiä pitkään messujen jälkeenkin





**Monipuolinen sisältö,
hyvä tunnelma,
+ asiantunteva henkilöstö**

= ONNISTUNEET MESSUT*

*Tärkeää tai erittäin tärkeää yli 80 % vastaajista.
Messu- ja tapahtumajärjestäjien tutkimus.
Toteuttaja nSight, 2022. Vastaajia 2 873.

MIKSI MESSUILLE?

Oletko hyödyntänyt ainutlaatuisen
asiakaskokemuksen mahdollisuudet maksimaalisesti?



97 %

**suomalaisista
aikuisista on
käynyt messuilla***

90 %

**ammattilaisista on
käynyt messuilla
koronatauon jälkeen***

* Messu- ja tapahtumajärjestäjien tutkimus.
Toteuttaja nSight, 2022. Vastaajia 2 873.

MIKSI MESSUILLE?

Poissa näkyvistä, poissa mielestä?
Messut ja tapahtumat ovat alan kohtaamispaikka - paikallaolo lisää uskottavuutta toimialalla

- Esittele omaa osaamistasi ja verkostoidu kasvokkain
- Tee helposti kilpailija-analyysi
- Tutustu toimialan kiinnostavimpiin tekijöihin, työpaikkoihin ja tuleviin uutuuksiin
- Viesti samalla myös (paikallis)medialle





KÄYTÄNNÖN TÄRPIIT



KÄYTÄNNÖN TÄRPIIT

ENNEN messuja

– Valmistaudu myyntitapahtumaan

- Aseta selkeät tavoitteet ja mittarit ja huomio ne messuosaston suunnittelussa
- Markkinoi messuosallistumista jo ennakoon nykyisille ja potentiaalisille asiakkaille laajasti eri kanavissa (muista mm. LinkedIn B2B-asiakkaille)
- Kutsu asiakkaiden lisäksi messuille myös yhteistyökumppaneita ja omaa henkilöstöä
- Ideoi osastollesi vetonaula, sisäänheittotuote tai messutarjous
- Valmenna koko messuhenkilöstö!

Messujen AIKANA

– Ota rohkeasti kontaktia!

- Osallista kävijöitä (tarjoukset, täkyt, uutuudet) ja hyödynnä myös digitaaliset mahdollisuudet (esim. digiesitys, demo, asiakas- tai palautekysely, app)
- Kiinnitä huomiota messuosaston houkuttelevuuteen ja siisteyteen
- Henkilöstön asenne ratkaisee (ja kännykät taskuun)!
- Hyödynnä mahdollisuus kerätä asiakastietoa ja kontakteja – myös omissa oheistapahtumissa
- Avaa keskustelu messukävijän kanssa hänen tarpeistaan ja linkitä oma tarjoomasi siihen





ENNEN
AIKANA
JÄLKEEN

KÄYTÄNNÖN TÄRPIIT

Messujen JÄLKEEN – Käännä onnistuneet kohtaamiset lisämyynniksi

- Kiitä asiakkaitasi ja kontaktoi saadut liidit
- Hyödynnä jälkitarjoukset lisämyynnin saamiseksi
- Muista seuranta ja laske saavutettu kokonaishyöty (uudet liidit, myynti, NPS, kontaktihinta)
- Kerää ja analysoi myös sisäinen palaute – viesti onnistumisista ja opi virheistä
- Varaa seuraava tapahtuma

Miten viestit messuista asiakkaalle ennakkoon?

6 kuukautta ennen

- Lähetä ennakoilmoitus tulevista messuista
 - Avaa messusivu omille verkkosivuille
 - Kartoita asiakaskantasi (nykyiset ja potentiaaliset) ja tee ensimmäinen kutsulista
 - Tarkista, että messut ovat osa myynti- ja markkinointisuunnitelmasi
 - Valjasta oma tiimisi ja myynti/muut asiakasvastaavat asiakasviestintään
 - Hyödynnä messujärjestäjän tuottama markkinointimateriaali omassa materiaalituotannossa
- 

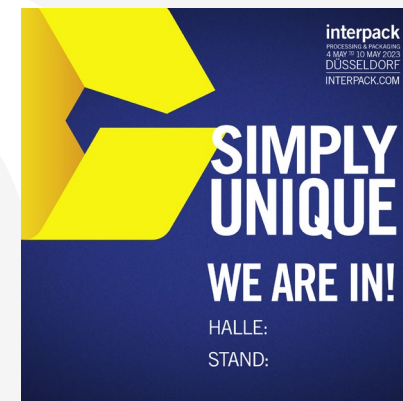
Kuukautta ennen

- Lähetä kutsut osastolle ja alustava ohjelma
 - Aktivoidu sosiaalisessa mediassa: valmistelee some-postausten pohjat ja aloita säännöllinen postaus tarjoomastasi/uutuuksistasi messuilla
 - Soita avainasiakkaat läpi henkilökohtaisesti
 - Valmistelee tiedotteet ja muu uutis-/paikallismedialle
- 

Viikkoa ennen

- Lähetä muistutus henkilökohtaiseen sähköpostiin ja toivota tervetulleeksi osastolle
 - Aloita tapahtuman päivittäiset nostot sosiaalisessa mediassa
 - Koordinoi viestintäsi messujärjestäjän kanssa
- 

Esimerkkejä messuviestinnän välineistä – valmiit messukohtaiset some-pohjat



Miten viestit messuista asiakkaalle messujen aikana ja niiden jälkeen?



Messujen AIKANA

- Hyödynnä verkkosivujesi messusivua ja somekanaviasi päivittämällä sinne mielenkiintoisia nostoja päivästä/kohtaamisista
- Toteuta avainasiakkaille erillinen huomiointi
- Toimita mediamateriaalisi messujärjestäjän mediakeskukseen?



Messujen JÄLKEEN

- Lähetä kiitosviestit asiakkaille
- Julkaise jälkitarjoukset
- Kontakttoi liidit
- Tarkista, että olet hoitanut asiakkaiden kanssa messuilla sopimasi asiat
- Jaa messusivullasi ja somekanavissasi "parhaat palat"

Ohjeita näytteilleasettajalle – *ennen messuja*

6-12 kk ennen

- Aseta tavoite messuosallistumiselle, valitse sopiva messutapahtuma ja varaa osastosi
- Suunnittele messuosastollasi tapahtuva toiminta ja sisällöt, sekä näiden vaatimat rakenteet ja muu kalustus sekä materiaali
- Kilpailuta ja tilaa messuosastosi suunnittelu ja tärkeimmät elementit

4-5 kk ennen

- Valitse ja sitouta messuille osallistuva tiimi
- Valmenna / valmistele heidät toteuttamaan valittuja tavoitteita
- Messukävijöiden mukaan näyttelyosaston henkilökunnan aktiivisuus ja vuorovaikutus on yksi messuvierailun merkityksellisimmistä asioista

2-3 kk ennen

- Kutsu messuille ja osastollesi kävijöitä - kerro, että olette messuilla mukana ja mitä osastollanne on tarjolla
- Muista kontaktoida myös mediaa ja vaikuttajia, kerro heillekin mitä uutisoinnin arvoista osastollanne on messuilla tarjolla
- Varmista, että kaikki osastolle tarvittavat rakenteet, kalusto, materiaalit ja tarjoilut on tilattu ja vahvistettu

2-5 vk ennen

- Muistuta asiakkaita ja muita tärkeitä kontakteja messuista, soita tärkeimmät kontaktit läpi henkilökohtaisesti
- Hyödynnä messujärjestäjän tarjoamat viestintämateriaalit ja kerro osallistumisestasi myös omissa viestintäkanavissa
- Kertaa tiimisi kanssa tavoitteet, työnjako ja toiminta messujen aikana. Ennakoikaa tulevia kohtaamisia ja toimintaa asiakkaiden kanssa
- Tutustu messujärjestäjän tarjoamiin näytteilleasettaja-palveluihin ja ohjeistuksiin ajoissa, jotta messuosallistuminen paikan päällä on mahdollisimman sujuvaa

Ohjeita näytteilleasettajalle – *messujen aikana ja niiden jälkeen*

Messujen AIKANA



Messujen JÄLKEEN

- Keskittykää koko messuilla mukana olevan tiimin kanssa kohtaamaan asiakkaat aktiivisesti ja vaikuttavasti
 - Tsemptkaa toinen toisianne onnistumaan!
 - Jakakaa kokemuksia kohtaamisista tiiminne kesken aktiivisesti myös messupäivän aikana ja sen päätteeksi. Ottakaa opit onnistuneista kohtaamisista koko tiimin käyttöön saman tien!
 - Huolehdi messuosaston siisteydestä ja viihtyisyydestä jatkuvasti
 - Hyödynnä näytteilleasettajille tarkoitettut palvelut, taukotilat ym.
 - Viesti osallistumisesta omissa kanavissasi aktiivisesti myös messujen aikana
- Kiitä asiakkaita ja muita kävijöitä kontaktoimalla ja muissa viestintäkanavissa
 - Tee työnjako kaikista niistä toimenpiteistä, joita asiakkaille on messujen aikana luvattu ja varmista, että lupaukset pidetään
 - Kiitä tiimiä ja käy tuoreeltaan läpi sisäinen palaute osallistumisen onnistumisista ja opi virheistä
 - Tee analyysi ja yhteenveto messuosallistumisen kokonaisuudesta ja tavoitteiden saavuttamisesta sekä kehitysideat seuraavaa kertaa varten
 - Varaa seuraava tapahtuma ajoissa

Tärppilista onnistuneille messuille



ENNEN messuja

Aseta tavoitteet

- Suunnittele osasto vastaamaan tavoitteita – panosta näkyvyyteen

Perehdytä

- Valmenna osastohenkilökunta (aktiivisuus, rohkeus, läsnäolo)
- Varmista yhtenäiset viestit
- Tee messuosallistumisesta hauskaa

Herätä kiinnostus

- Kutsu messuille nykyisiä ja potentiaalisia asiakkaita, yhteistyökumppaneita ja henkilöstöä
- Viesti osallistumisesta laajasti ja monikanavaisesti

Varmista

- Hoida perustilaukset ajoissa (tekniikka, logistiikka, työvuorot, tuotteet)
- Kerro myös messuorganisaatiolle osastonne erityisyydestä



Messujen AIKANA

Kohtaa ja vaikuta

- Hyödynnä vaikuttamisessa kaikkia aisteja
- Muista interaktiivisuus ja elämykset (demot, uutuuudet, kilpailut, tarjoukset, tarjoilut)

Kerää liidejä

- Jokainen kävijä on potentiaalinen asiakas



Messujen JÄLKEEN

Sitouta ja menesty

- Kiitä asiakkaitasi osallistumisesta
- Hyödynnä jälkitarjoukset
- Viesti onnistumisista myös sisäisesti

Kehity

- Hyödynnä opit seuraavaan tapahtumaan sekä henkilöstön ja myynnin kehittämiseen



POHJOIS-SUOMEN

MESSUT

YHTEYSTIEDOT

Messuinfo

Puh. 050 311 8011

info@pohjois-suomenmessut.fi



POHJOIS-SUOMEN
MESSUT